

2º Manifesto

Eleições 2020



Margaret

30

Segundo manifesto Margaret 30 – A Estratégia do NOVO para 2020

Em consonância com o caráter propositivo que incentivou a criação do movimento Margaret 30 – M30¹, apresentamos nosso segundo manifesto expondo uma análise acerca da estratégia do NOVO para as Eleições municipais de 2020, divulgada pelo Diretório Nacional – DN do partido, na última semana de fevereiro. Nesse ínterim, salientamos questões importantes não abarcadas pela decisão e oferecemos sugestões de aprimoramento estratégico.

O NOVO 30 emergiu das eleições de 2018 como um partido apto a participar plenamente do jogo político brasileiro. Ultrapassou com louvor a "cláusula de barreiras", já conta com mandatários eleitos nas 3 esferas legislativas, além de ter vencido a disputa pelo governo do segundo maior colégio eleitoral do país. Apesar dessa magnífica conquista, parte para 2020 sem uma estrutura intrapartidária apta ao planejamento estratégico e à análise da conjuntura com a participação de seus filiados.

A Fundação NOVO, que seria capitaneada por Gustavo Franco, continua no estágio embrionário. Seguramente, materializaria o fórum apropriado para o intercâmbio de idéias, propostas, estudos, planejamentos estratégicos e, sobretudo, o espaço interno de autocrítica e análise dos erros e acertos. Em virtude da (ainda) inexistência de nossa sonhada Fundação, o M30 recorre, mais uma vez, ao expediente do manifesto propositivo e elenca a seguir os equívocos e fragilidades observadas na estratégia eleitoral do NOVO para 2020:

1. Planejamento centralizado, desconsiderando as peculiaridades regionais

A definição padronizada e centralizada do número mínimo de 150 filiados para viabilização e criação de Diretórios Municipais – DMs peca pela indiferença para com as especificidades de cada Estado. O principal desafio do DN em 2019 deveria ser o da capacitação dos Diretórios Estaduais – DEs para que assumam o papel de formuladores da estratégia eleitoral de sua região, selecionando seus pré-candidatos e escolhendo os principais centros geográficos que não podem ficar de fora da ação do partido em 2020.

É evidente que o número mínimo de filiados que viabiliza o funcionamento de um DM é variável, de acordo com a realidade econômica local e a qualidade do engajamento dos apoiadores voluntários. É óbvio, também, que o impacto de 30

¹ O Movimento Margaret 30 – M30 é formado por filiados e apoiadores do Partido NOVO que acreditam na plena convergência e complementariedade entre o liberalismo clássico e o conservadorismo político, que admiram os valores e os princípios formadores do partido e que, justamente por respeito e carinho ao NOVO, resolveram abraçar a árdua missão de contribuir com a sigla apontando pontos de melhoria, correções de rumo e defendendo com toda motivação os princípios que fundamentam a própria identidade do partido. Segue link para nosso primeiro manifesto:
<https://ia600701.us.archive.org/12/items/1ManifestoMargaret30/1%20Manifesto%20Margaret%2030.pdf>

filiados em uma cidade pequena é proporcionalmente maior que o de 150 em uma grande cidade, que se dilui por diversos bairros.

Cabe ressaltar, ainda, que a reforma política em breve contemplará o voto distrital. É desejável que os DEs não sejam “surpreendidos” pela mudança que se avizinha e levem em consideração, desde já, a distribuição física do eleitorado em seus estados, a importância das cidades do interior e dos municípios do entorno das capitais. Os DEs precisam atuar nas eleições de 2020 buscando filiados admirados nesses municípios, preparando o terreno para essa reforma, que drenará peso do voto em legenda a partir de 2022.

2. Eixo da estratégia direcionado à divulgação e fortalecimento da "marca NOVO", em detrimento do uso da ferramenta política

Ao optar pelas cidades com mais de 300.000 habitantes como alvo prioritário da ação eleitoral em 2020, bem como à adoção preferencial do modelo de “chapa completa” (com inscrição simultânea de prefeitos e vereadores para uso maximizado do tempo de TV), fica evidente a intenção de exposição da “marca NOVO” ao maior número possível de “consumidores”. É uma abordagem típica de marketing e perfeitamente defensável.

No entanto, houve equívoco do mentor estratégico ao minimizar os objetivos legítimos dos cidadãos que se associam em torno de um partido político. Ao contrário do que pode ter transparecido, o entusiástico engajamento dos filiados na campanha presidencial de João Amoêdo não ocorreu de forma descolada dos anseios locais. Os grandes temas nacionais não sobrepujam as questões comunitárias, mais tangíveis ao filiado, o qual dificilmente hibernará politicamente até 2022 nas cidades excluídas pelo planejamento apresentado.

A maioria dos que integraram a “onda laranja” em 2018 possui expectativas concretas de que os valores do NOVO alcancem seus domicílios eleitorais em 2020. Embora neófitos no jogo político, todos os filiados sabem que abraçaram a proposta de um partido político, não de um time de futebol para serem sócios-torcedores. Os eleitores do 30 conhecem e desejam utilizar eficazmente a ferramenta democrática que possuem em mãos para a promoção de mudanças necessárias também em suas cidades.

A decisão de serem buscadas prematuramente chapas completas (abrindo-se desde já o processo seletivo para candidatos ao Executivo) configura outro possível descompasso entre os interesses dos núcleos de filiados e do planejador no DN. A utilização do direito recentemente adquirido pelo partido de comparecer aos debates entre candidatos majoritários não deve impor aos DMs o pré-requisito de buscar, desde já, um candidato a prefeito.

A bem da verdade, o caminho natural pode ser bem diferente do que foi proposto. Um dos valores do NOVO mais reconhecidos é exatamente o da busca de mudanças estruturais de longo prazo, evitando-se os perigosos atalhos. Muitos núcleos desejam sua conversão em DMs visando à eleição de vereadores em 2020 para, somente em 2024, dotados de maior força política local, construir chapas completas e competitivas.

3) Desprezo pelo capital político-eleitoral obtido em 2018

Não é inteligente uma participação eleitoral que desconsidere os votos anteriormente conquistados pela legenda. O capital político proveniente da eleição de 2018 não se restringe aos candidatos diplomados. Existem dezenas de candidatos a deputados federais e estaduais, não eleitos, que obtiveram expressiva votação e grande visibilidade em domicílios eleitorais fora das cidades contempladas pela estratégia divulgada.

Trata-se, neste caso, de filiados aprovados em rigoroso processo seletivo, que investiram tempo e dinheiro, próprios e de terceiros, para que suas campanhas decolassem em 2018 e o partido fosse conhecido. Via de regra, trabalharam em cooperação com núcleos bastante ativos do NOVO e possuem experiência eleitoral valiosa que não pode ser desperdiçada.

Cada DE precisa analisar cuidadosamente os candidatos de 2018 que desejam concorrer aos cargos de vereador, ou mesmo de prefeito, antes de “bater o martelo” sobre quais cidades receberão apoio para abertura de DMs. Percebe-se, também nesse ponto, a fragilidade de um planejamento centralizado, afastado dos filiados, pois um núcleo bem ativo, e que conta com um candidato oriundo da campanha de 2018 com muitos votos, não deveria ser desprezado.

Obviamente, os estados que possuem deputados federais e estaduais eleitos deveriam ensejar um planejamento especial para 2020. O que dizer então do estado de MG, que contará com um governador em pleno exercício do mandato durante as eleições municipais? Salta aos olhos que é impossível enquadrar diferentes realidades regionais em uma única e uniforme estratégia nacional.

4) Gestão financeira inadequada para ano eleitoral municipal

Na exposição feita pelo presidente do partido, a respeito do valor arrecadado correspondente às mensalidades de 150 filiados, foi ressaltada a distribuição financeira entre o DN, DE e futuros DMs. Uma estratégia inteligentemente concebida para anos eleitorais que não contam com as dispendiosas campanhas aos cargos estaduais e federais deve direcionar a maioria dos recursos partidários para a criação e expansão de diretórios municipais, e suas campanhas locais.

Uma boa prática de economicidade, já adotada em alguns estados, deve ser a localização do DE existente e dos DMs a serem criados nas capitais em um

mesmo imóvel, compartilhando funcionários e voluntários. Estruturas bem leves devem ser adotadas pelos novos DMs do interior, podendo a assessoria jurídica ser fornecida a todos os municípios pelo próprio DE.

Muitas são as possibilidades de contribuição do DN para o direcionamento financeiro mais eficaz do partido em 2019 e 2020. Atualmente o NOVO possui sede nacional em Brasília, em São Paulo e no Rio de Janeiro. Tanto a sede do RJ, como a localizada em SP, estão em endereços separados da estrutura estadual, ocupando imóveis localizados nas áreas mais nobres (e caras) dessas cidades. É evidente que isso pode ser alterado, com enorme redução de custos, possibilitando que um número menor de filiados seja exigido para a abertura de DMs. Tal redirecionamento dos recursos disponibilizará, ainda, capacidade financeira aos DEs para que impulsionem alguns núcleos que devem ser transformados em DMs, por suas importâncias regionais.

CONCLUSÃO

O exemplo que temos do ocorrido no início de 2017 é emblemático e deve estimular a ampla e esperançosa participação de todos os filiados nessa fase. De forma semelhante ao que ocorre atualmente, o DN informou à época que a estratégia para 2018 seria bem "realista" e não contemplaria governadores, tampouco deputados estaduais. Para a frustração inicial de muitos, foi divulgado que o processo seletivo seria aberto apenas para os cargos legislativos federais e, talvez, para um candidato a Presidente, ainda a ser buscado.

O final da história todos conhecemos: 8 deputados federais, 11 deputados estaduais, 1 deputada distrital, o fenômeno Zema atropelando PT e PSDB em MG e a participação de João Amoêdo na campanha presidencial.

A despeito da estratégia alvo desta crítica já ter sido divulgada oficialmente, temos bastante tempo para adequações e correção de rumos.

Movimento Margaret 30

Comentários e informações adicionais podem ser enviados e solicitados para margaret30.faleconosco@gmail.com. Se ainda não és filiado ao partido, filie-se e nos envie confirmação pelo mesmo e-mail.